

SIKAP REMAJA SURABAYA TERHADAP PESAN BAHAYA MEROKOK DI MEDIA TELEVISI

(Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Remaja Terhadap Pesan Peringatan Kesehatan Bahaya
Merokok “Merokok Membunuhmu” dalam Iklan Rokok)

S K R I P S I



Oleh :

DWI JAYANTI INDAH PERMATA
NPM. 0843010197

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2014

SIKAP REMAJA SURABAYA TERHADAP PESAN BAHAYA MEROKOK
DI MEDIA TELEVISI

(Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Remaja Surabaya Terhadap Pesan Peringatan
Kesehatan Bahaya Merokok “Merokok Membunuhmu” Dalam Iklan Rokok)

Disusun Oleh :

DWI JAYANTI INDAH PERMATA

NPM. 1243215025

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Menyetujui,

PEMBIMBING

Juwito. S.Sos. M.Si.

NPT. 3 6704 95 0036 1

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, MSi

NIP. 19550718 19830 22001

SIKAP REMAJA SURABAYA TERHADAP PESAN BAHAYA
MEROKOK DI MEDIA TELEVISI
(Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Remaja Surabaya Terhadap Pesan Peringatan
Kesehatan Bahaya Merokok “Merokok Membunuhmu” Dalam Iklan Rokok)

Oleh :

DWI JAYANTI INDAH PERMATA
NPM. 0843010197

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada tanggal 9 Mei 2014

Pembimbing

Tim Penguji

1. Ketua

Juwito. S.Sos., M.Si.
NPT. 3 6704 95 0036 1

Juwito. S.Sos., M.Si.
NPT. 3 6704 95 0036 1

2. Sekretaris

Dra. Diana Amalia, M.Si.
NIP. 1964122519902001

3. Anggota

Zainal Abidin Achmad, M.Si., M.Ed.
NPTY. 373 05 99 0170 1

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si.
NIP. 19550718 19830 22001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan hidayah dan inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “SIKAP REMAJA SURABAYA TERHADAP PESAN BAHAYA MEROKOK DI MEDIA TELEVISI” dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada Bapak Juwito, S.sos, Msi. selaku dosen pembimbing yang selama ini dengan baiknya memberikan masukan dan arahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak terkait dalam proses pengerjaan skripsi hingga skripsi dapat terselesaikan, pihak terkait antara lain :

1. Bapak Prof. DR. Ir. H. Teguh Soedarto, MP. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si. selaku Dekan Fisip – Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Sumardjijati, M.Si. selaku Wakil Dekan Fisip – Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Syaifuddin Zuhri, Msi. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Seluruh dosen – dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

6. Terima kasih yang tak terlukiskan untuk orang tua terbaik, Kasihman dan Nanik Sri Suwarti, sayang dan dukungan kalian sangat mempermudah kesulitan. Mas Galih Purwa Kusuma untuk segala gangguannya yang saya yakin itu caranya untuk menyampaikan dukungan. Terima Kasih untuk segala cinta dan kasih. I Love You All.
7. My Sweetest Family, Mbah Kakung, Om Aris, Mbak Pri, Bu dhe Hari. Terima kasih semangat, sayang dan doa kalian semua.
8. My Best Friend In The World, Mbak Dian dan si kecil Yayo, Widha, Icha, Vita, Team Power Rangers, terima kasih untuk dukungan dan waktu yang menyenangkan. Terima kasih untuk tawa di tiap saat. Untuk Anisatus, Indri, Novia, Sani, Vena, Mas Sigit, Fiddien, Pipit, Rendy, Mas Luthfi, Mas Lana, terima kasih untuk bantuan dan note semangatnya, terima kasih karena selalu diingatkan untuk fokus.
9. Teman-teman seperjuangan dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak mungkin untuk disebutkan satu persatu, terima kasih bersedia berbagi ilmu dalam proses pengerjaan skripsi ini, juga untuk semangat, sayang dan doa kalian semua.

Penulis juga menyadari akan banyaknya kekurangan dari skripsi ini. Penulis berharap kritik dan saran membangun bagi skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi teman – teman jurusan Ilmu Komunikasi dan semua pihak, khususnya bagi penulis. Terima Kasih.

Surabaya, 27 Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--------------------------------------------|---------|
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 11 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 12 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 13 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 13 |
| 2.2 Landasan Teori | 14 |
| 2.2.1 Pengertian dan Deskripsi Sikap | 14 |

| | |
|-------------------------------------------------------|----|
| 2.2.1.1 Komponen Sikap | 15 |
| 2.2.2 Pengertian dan Deskripsi Media Televisi | 17 |
| 2.2.2.1 Karakteristik Media Televisi | 17 |
| 2.2.2.2 Fungsi Media Televisi..... | 20 |
| 2.2.2.3 Televisi Sebagai Media Periklanan | 22 |
| 2.2.3 Iklan | 25 |
| 2.2.3.1 Fungsi Iklan | 27 |
| 2.2.3.2 Jenis Iklan | 28 |
| 2.2.3.3 Ruang Lingkup Iklan | 29 |
| 2.2.3.4 Pesan Iklan | 30 |
| 2.2.3.5 Iklan Produk | 32 |
| 2.2.4 Pesan Peringatan Kesehatan Bahaya Merokok | 32 |
| 2.2.5 Masyarakat Surabaya | 34 |
| 2.2.6 Teori S – O – R | 37 |
| 2.2.7 Teori Reasoned Action Theory..... | 38 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 40 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 42 |
| 3.1 Metode Penelitian | 42 |
| 3.2 Definisi Operasional | 43 |
| 3.2.1 Sikap Remaja di Surabaya Terhadap Pesan Peringatan Kesehatan Bahaya Merokok “Merokok Membunuhmu” di Media Televisi | 44 |
| 3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel | 48 |
| 3.3.1 Populasi | 48 |
| 3.3.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel | 49 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 51 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 52 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 53 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 53 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Remaja Surabaya..... | 53 |
| 4.1.2 Gambaran Umum Pesan Peringatan Kesehatan Bahaya Merokok “Merokok Membunuhmu” di Televisi | 54 |
| 4.2 Penyajian Data dan Analisis Data | 55 |

| | | |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.1 | Identitas Responden | 56 |
| 4.2.1.1. | Usia Responden | 56 |
| 4.2.1.2. | Pendidikan Terakhir Responden | 58 |
| 4.2.1.3. | Penggunaan Media | 59 |
| 4.2.1.4. | Durasi Responden Menonton Pesan Peringatan Kesehatan Bahaya Merokok “Merokok Membunuhmu” di Televisi | 59 |
| 4.2.1.5. | Frekuensi Responden Menonton Pesan Peringatan Kesehatan Bahaya Merokok “Merokok Membunuhmu” di Televisi | 60 |
| 4.3 | Sikap Kognitif, Afektif dan Konatif Remaja terhadap Pesan Peringatan Kesehatan Bahaya Merokok Merokok Membunuhmu” di Media Televisi | 61 |
| 4.3.1 | Aspek Kognitif | 61 |
| 4.3.2 | Aspek Afektif | 71 |
| 4.3.3 | Aspek Konatif | 79 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4 Sikap Remaja di Surabaya Terhadap Pesan Peringatan Kesehatan Bahaya Merokok Merokok Membunuhmu” di Media Televisi | 87 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 91 |
| 5.2 Saran | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | 93 |
| LAMPIRAN | 96 |

ABSTRAK

Dwi Jayanti Indah Permata, 1243215025, Sikap Remaja Surabaya Terhadap Pesan Bahaya Merokok di Media Televisi (Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Remaja Terhadap Pesan Peringatan Kesehatan Bahaya Merokok “Merokok Membunuhmu” dalam Iklan Rokok)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap remaja di Surabaya terhadap pesan peringatan kesehatan bahaya merokok “Merokok Membunuhmu” dalam tayangan iklan di televisi.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model S-O-R. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposif sampling dan didapatkan jumlah responden sebanyak 100 orang remaja berusia 18-21 tahun di Surabaya.

Hasil dari pengolahan data yang didapatkan melalui kuisioner yang disebarkan dapat disimpulkan bahwa sikap remaja di Surabaya terhadap pesan peringatan kesehatan bahaya merokok “Merokok Membunuhmu” di televisi adalah netral. Mereka mengerti mengenai informasi yang disampaikan oleh pesan tersebut dan paham mengenai dampak dari perilaku merokok, namun belum memutuskan apakah akan menghentikan perilaku merokok.

Keyword : Sikap, Remaja, Pesan Peringatan Kesehatan Bahaya Merokok

ABSTRACT

Dwi Jayanti Indah Permata, 1243215025, Youth Attitudes in Surabaya Against The Warnings Message of The Danger by Smoking Cigarette on Television (Quantitative Descriptive Study of Youth Attitudes Against Warnings Message of The Danger by Smoking Cigarette “Smoking Cigarette Kills You” on Cigarette Advertisement)

The purpose of this research is to know how the young's attitude for the warnings message of the danger by smoking cigarette “smoking cigarette kills you” that written on the back of a label on a cigarette packet and the impression of the cigarette advertisement on the television.

In this research, the authors used S-O-R theory. The methods that used is descriptive quantitative research methods, sampling technique that used is purposive sampling with total respondent 100 young people age between 18-21 years old in Surabaya.

The result of the research are the young people attitude of the warning message of the danger by smoking cigarette “smoking cigarette kill you” in the television is neutral. They knew about the information based on the message and understood about the impact from the smoking behavior, but they still have not decided to stop the smoking behavior.

Keyword : Attitude, Young, Warning Message of The Danger by Smoking Cigarette

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dunia informasi yang tidak terbatas di zaman seperti sekarang ini membuat masyarakat menelan apapun informasi yang diterimanya. Pengemasan isi pesan yang begitu beragam dan kreatif juga menjadi salah satu faktor yang membuat masyarakat tidak dapat menghindari terpaan informasi dari media yang ada.

Salah satu industri yang memanfaatkan media massa dengan baik untuk pemasaran produknya adalah industri rokok. Perkembangan industri rokok berkembang pesat di Indonesia melalui beragam strategi pemasaran, termasuk dengan menggunakan media massa sebagai media penyampai informasi.

Sejak pertama kali dikenal di Indonesia pada tahun 1800-an, pertumbuhan industri rokok terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dimulai oleh jenis rokok kretek yang beredar di Kudus, kini telah banyak merk dan macam produk rokok yang beredar di pasaran.

Industri rokok menjadi besar di Indonesia karena beragam alasan. Akses masyarakat untuk mendapatkan rokok tidak terbatas, siapapun dapat membeli rokok yang dijual bebas di pasaran. Promosi rokok juga mengambil peran penting dalam kemajuan industri rokok. Terpaan iklan rokok yang gencar melalui media massa dengan pesan yang menarik, meninggalkan kesan dan membuat masyarakat

ingin mencoba. Terlebih belum adanya peraturan yang secara tegas membatasi konsumsi rokok bagi masyarakat. (www.indonesiabebasrokok.org diunduh 8 Januari 2014)

Sebagai negara berkembang, Indonesia membutuhkan sumber daya masyarakat yang berkualitas terutama dari generasi muda. Karena itu, terus meningkatnya jumlah perokok tiap tahunnya terutama dari generasi muda menimbulkan kekhawatiran. Menurut Direktur Jenderal Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Prof. dr. Tjandra Yoga Aditama, SpP(K), MARS, DTM&H, DTCE dalam peringatan hari tembakau sedunia menyampaikan lebih dari 200.000 jiwa meninggal setiap tahun akibat penyakit yang berhubungan dengan rokok.

Dengan banyaknya jiwa meninggal tiap tahunnya akibat rokok, bukannya membuat jumlah perokok berkurang namun dari tahun ke tahun justru bertambah. Indonesia mengalami peningkatan jumlah penduduk sebanyak 1,49% setiap tahunnya dan 28% diantaranya merupakan perokok aktif. Ironisnya, perokok di Indonesia bukan hanya dari kalangan dewasa, melainkan juga anak-anak dan remaja. Sebagian besar konsumen tembakau mengalami ketergantungan obat sebelum usia 20 tahun. (www.health.liputan6.com diunduh 8 Januari 2014)

Menurut data Dirjen Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan (P2PL) Kemenkes, saat ini Indonesia menjadi negara ketiga dengan jumlah perokok aktif terbanyak di dunia 61,4 juta perokok setelah Cina dan India sekitar 60 persen pria dan 4,5 persen wanita di Indonesia adalah perokok. Sementara itu,

perokok pada anak dan remaja juga terus meningkat. Berdasarkan data BKKBN, di tahun 2014, jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 253 juta jiwa. Dari jumlah penduduk tersebut, sebanyak 70 juta jiwa adalah perokok aktif, dan sebanyak 39,5% merupakan perokok di usia remaja, sehingga didapatkan jumlah perokok remaja adalah 27 juta jiwa. Tingginya jumlah perokok aktif tersebut berbanding lurus dengan jumlah non-smoker yang terpapar asap rokok orang lain (second hand smoke/ perokok pasif).

Fakta ini menghawatirkan mengingat kandungan dalam rokok yang berbahaya. Setiap satu batang rokok dibakar akan mengeluarkan 4000 bahan kimia seperti: gas karbon monoksida, nitrogen oksida, hydrogen cyanide, ammonia, acrolein, acetilen, benzaldehyde, urethane, benzene, methanol, coumarine, 4-ethylcatechol, ortocresol, perylene dan lain - lain. Secara umum bahan-bahan ini dapat dibagi dua golongan besar yaitu komponen gas dan padat atau partikel, sedangkan komponen partikel dibagi dua yaitu nikotin dan tar. Tar adalah kumpulan bahan kimia yang dapat menyebabkan kanker (karsinogen). Nikotin adalah suatu bahan aditif, bahan yang dapat membuat orang menjadi ketagihan dan menimbulkan ketergantungan. Bahan kimia itulah yang kemudian akan menimbulkan penyakit jika menghisap asapnya. Setiap golongan penyakit berhubungan dengan bahan tertentu. Kanker paru dihubungkan dengan kadar tar dalam rokok, penyakit jantung dihubungkan dengan gas karbon monoksida, nikotin dan lain-lain. Makin tinggi kadar bahan berbahaya semakin besar kemungkinan seseorang menjadi sakit jika menghisap rokok. Di banyak negara dibuat aturan untuk mencantumkan kadar tar, nikotin dan bahan berbahaya

lainnya di setiap bungkus rokok. Yang menjadi masalah adalah rokok Indonesia mempunyai kadar tar dan nikotin yang lebih tinggi daripada rokok-rokok produksi luar negeri. (<http://rspp.co.id> diunduh 12 Januari 2014)

Bahaya rokok bukan hanya dapat dirasakan oleh perokok aktif, melainkan juga oleh lingkungan disekitarnya. Rokok yang terbakar menghasilkan asap sampingan sejumlah dua kali lebih banyak daripada asap utama, karena asap sampingan hampir terus menerus keluar selama rokok dinyalakan, sementara asap utama baru akan keluar kalau rokok diisap. Satu batang rokok yang dinyalakan akan menghasilkan asap sampingan sekitar 10 menit sedangkan asap utama kurang dari 1 menit. Sangat penting diketahui dan perlu mendapat perhatian yaitu kadar bahan berbahaya ternyata lebih tinggi pada asap sampingan daripada asap utama dua sampai 5 kali lebih tinggi. Jadi perokok pasif menerima akibat buruk dari kebiasaan merokok orang disekitarnya. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun. 2013, di Surabaya terjadi peningkatan penderita Infeksi akut pernapasan atas dibandingkan dengan tahun 2012. Salah satu penyebab infeksi pernapasan adalah paparan asap rokok.

Selain efek psikologis, kebiasaan merokok juga akan mengurangi produktivitas, menimbulkan ketergantungan, serta menambah beban negara. (www.health.kompas.com diunduh 8 Januari 2014) Hal ini tentu merugikan jika banyak pengguna rokok berasal dari kalangan remaja. Sebagai generasi penerus bangsa, remaja seharusnya dipersiapkan dengan baik secara fisik dan psikis untuk melanjutkan pembangunan. Secara fisik, perkembangan remaja dari segi

kesehatan perlu mendapatkan perhatian yang cukup signifikan dari lingkungannya, begitu juga dengan faktor psikologis remaja.

Ketua ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia Widyastuty Soerojo pada lokakarya “Understanding Tobacco Industry Throught Their Own Top secret Document tahun 2008 di Jakarta, mengatakan industri rokok memanfaatkan karakteristik remaja, ketidaktahuan konsumen dan ketidakberdayaan mereka yang sudah kecanduan rokok. Iklan rokok menawarkan citra seorang perokok sebagai seorang yang tangguh, kreatif, penuh solidaritas, macho modern dan lain sebagainya, sehingga remaja tertarik untuk mengadopsi rokok tanpa menyadari bahayanya.

Karakteristik remaja yang erat dengan keinginan adanya kebebasan independensi, dan berontak dari norma-norma, dimanfaatkan para pelaku industri rokok dengan memunculkan slogan-slogan promosi yang mudah tertangkap mata dan telinga, serta menantang. Usia remaja (12-21 tahun) masih dalam tahapan mencari jati diri, ingin menjadi sama dengan lingkungan di sekitarnya. Para remaja ini cenderung pula ingin tampil keren, untuk menarik perhatian agar ia mendapatkan tempat di komunitasnya. Media Awareness Network menggambarkan sebagai kecenderungan untuk menggali profil diri yang sempurna dan menarik. Karakter remaja ini yang dimanfaatkan oleh industri rokok dalam menciptakan bentuk promosi yang sesuai dengan yang dibutuhkan remaja. Monks (1999) membagi masa remaja menjadi tiga kelompok tahap usia perkembangan, yaitu early adolescence (remaja awal) yang berada pada rentang usia 12 sampai 15 tahun, middle adolescence (remaja pertengahan) yang berada

pada rentang usia 15 sampai 17 tahun, dan late adolescence (remaja akhir) yang berada pada usia 17 sampai 21 tahun.

Strategi perusahaan rokok dalam memasarkan produknya adalah dengan menampilkan iklan yang bersifat menggiring para anak muda menjadi perokok pemula dengan menggunakan slogan-slogan yang ada dalam dunia remaja dan generasi muda. Slogan-slogan ini tidak hanya gencar dipublikasikan melalui berbagai iklan di media elektronik, cetak dan luar ruang, tetapi industri rokok sudah masuk pada tahap pemberi sponsor setiap event anak muda. Semua perusahaan tembakau besar di Indonesia memberikan sponsor pada kegiatan olah raga, acara remaja dan konser musik. Selain itu juga dengan membuat kemasan rokok menggunakan ikon-ikon remaja, dan menjadikan idola remaja sebagai bintang iklan. Akibatnya remaja Indonesia sangat terpengaruh oleh iklan rokok yang mengasosiasikan merokok dengan keberhasilan dan kebahagiaan. Pemberian sponsor serta promosi melalui berbagai kegiatan merupakan komponen kunci dalam strategi industri tembakau untuk merangkul para remaja. (Gatra, 2004)

Promosi rokok yang selama ini beredar di media massa cenderung menawarkan gambaran sesuai yang diinginkan para remaja. Dalam promosinya, rokok tersebut menawarkan keamanan dan kenyamanan merokok dengan rendah kadar Tar dan Nikotin, serta adanya slogan yang selalu segar bagi para remaja misalnya tema “Bukan Basa Basi” versi “Kalau benda bisa ngomong”, “Silahkan Bicara” yang dikutip dengan gambar mulut yang tertutup plester. Slogan tersebut sangat efektif dalam mempengaruhi remaja bahwa remaja senang dengan

keterbukaan, dan berhak melakukan sesuatu seperti yang dilakukan orang dewasa. (Purwaningwulan, 2007)

Iklan secara tidak disadari sangat mempengaruhi sikap hidup manusia yang menerimanya. Sejak awal telah diduga bahwa periklanan mampu menumbuhkan perilaku konsumtif berlebihan terhadap suatu produk tertentu, sampai pada penyimpangan perilaku yang kurang sesuai (berbeda sama sekali) dengan perilaku umum masyarakat disekitarnya. Atau dengan kata lain, iklan yang disiarkan melalui media massa dapat mempengaruhi, dalam arti membawa dampak yang positif maupun negatif terhadap kehidupan budaya masyarakat. Dampak tersebut dapat terlihat dalam perubahan sikap, perilaku, kepercayaan, nilai-nilai, maupun gaya hidup yang melingkupi masyarakat. (Liliweri, 1992:100)

Melihat bagaimana rokok mengakibatkan bahaya yang kompleks dan bagaimana media promosi rokok sangat mempersuasi masyarakat terutama remaja sebagai perokok pemula, maka pemerintah tidak tinggal diam. Melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 (PP no. 19 Th. 2003) tentang pengamanan rokok bagi kesehatan, pemerintah menetapkan peningkatan cukai rokok, pembatasan jam tayang bagi iklan rokok, pemberlakuan aturan Kawasan Tanpa Rokok (KTR) serta peringatan kesehatan di kemasan rokok. Dalam peraturan tersebut, tulisan peringatan kesehatan yang harus dicantumkan dalam kemasan rokok berupa ‘merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin’. Selain itu, melalui peraturan tersebut juga telah ditetapkan jam tayang untuk iklan rokok, yaitu hanya dapat dilakukan pada pukul 21.30 sampai dengan pukul 05.00 waktu setempat.

Iklan rokok sendiri sudah tidak mewujudkan bentuk rokok, namun bukan berarti ide kreatif dari para desainer iklan rokok berhenti.

Namun kebijakan tersebut ternyata tidak berdampak efektif sesuai dengan harapan pemerintah untuk menekan jumlah perokok pemula. Terlihat dari semakin bertambahnya jumlah perokok pemula sejak peraturan tersebut efektif dilaksanakan. Menurut hasil survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) dan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas), tercatat pada tahun 2001 prevalensi perokok usia 10-14 tahun sebanyak 9,5%. Namun pada tahun 2010 meningkat hingga 17,5%. (www.lensaindonesia.com diunduh 12 Januari 2014). Walaupun menurut survei yang sama, setengah responden melaporkan bahwa bagian yang paling mereka ingat dalam iklan rokok adalah peringatan tentang bahaya rokok terhadap kesehatan.

Sekalipun telah dilakukan pembatasan terhadap jam tayang dan materi iklan televisi, strategi pemasaran perusahaan rokok tetap selangkah jauh lebih maju dibanding peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Bukan hanya melalui iklan media massa, perusahaan rokok juga menyasar remaja sebagai pasar melalui berbagai kegiatan. Perusahaan rokok melalui program CSR (Corporate Social Responsibility) mendanai berbagai kegiatan remaja, olahraga, pendidikan, keagamaan, dan kepemudaan yang menimbulkan persepsi positif di masyarakat. Banyak kegiatan yang mendukung pembinaan remaja yang didanai oleh perusahaan rokok, diantaranya adalah Djarum Indonesia Open yang membentuk dan mengembangkan kemampuan remaja di bidang olahraga bulutangkis,

program beasiswa Djarum yang memberikan dana pendidikan bagi mahasiswa yang memenuhi syarat, LA Lights Concerts, dan masih banyak lagi.

Untuk mengimbangi gencarnya marketing industri rokok dalam memasarkan produknya, dan untuk tetap melindungi masyarakat dari bahaya tidak langsung rokok, pemerintah mengeluarkan peraturan baru. Melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 (PP no. 109 Th. 2012) tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan. Pemerintah menekankan pembatasan kepada perokok pemula. Dalam PP no. 109 Th. 2012 dicantumkan kewajiban bagi perusahaan rokok untuk tidak hanya mencantumkan peringatan bahaya merokok, namun juga menyertakan konten gambar dalam setiap bungkus rokok yang beredar. Konten gambar tersebut merupakan visualisasi efek dari rokok. Rencananya akan ada lima gambar yang sudah dipersiapkan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yaitu gambar kanker mulut, orang merokok dengan asap membentuk tengkorak, kanker tenggorokan, orang merokok dengan anak di dekatnya, dan yang terakhir visualisasi kanker paru-paru dan bronkitis. Selain konten gambar, untuk menegaskan larangan merokok bagi anak di bawah umur, dicantumkan juga simbol 18+ di kemasan maupun media publikasi rokok.

Penerapan pencantuman konten peringatan bahaya merokok dengan visualisasi seperti tertera dalam PP no. 109 Th. 2012 telah diterapkan di banyak negara. Australia, Malaysia, Thailand, dan Singapura telah mencantumkan gambar dampak merokok di kemasan dan publikasi rokok. Thailand bahkan berhasil menekan angka perokok di jumlah yang sama, tidak bertambah

meskipun tidak menurun. Artinya tidak ada perokok baru terutama yang berusia muda. (www.kompasiana.com diunduh 4 januari 2014)

PP no. 109 Th. 2012 resmi berlaku mulai Juni 2014. Namun sejak Januari 2014, industri rokok telah melakukan penyesuaian dan perubahan kata-kata peringatan di berbagai media publikasi, baik di media cetak maupun elektronik. Perubahan yang dimaksud adalah tulisan peringatan kesehatan yang sebelumnya berupa ‘merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin’ menjadi ‘Rokok Membunuhmu’ dengan disertai visual seorang laki-laki dewasa yang sedang merokok dan asap rokok yang dihembuskan membentuk gambar tengkorak, di sebelah kiri, dan simbol 18+ di sebelah kanan.

Menurut Prof. dr. Tjandra Yoga Aditama selaku Direktur Jenderal Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan (P2PL) Kemenkes RI, peringatan bahaya merokok yang ditulis di kemasan rokok maupun iklan rokok sengaja ditampilkan bukan untuk para perokok. Peringatan bahaya merokok itu sejatinya ditujukan kepada anak-anak atau orang yang ingin merokok agar mereka tidak mencoba. Diharapkan dengan adanya iklan yang bernada keras dan gambar-gambar menyeramkan yang diakibatkan oleh rokok akan membuat anak-anak takut dan tidak ingin mencoba rokok, sedangkan perokok pemula diharapkan untuk berhenti jika sudah tahu akibatnya. (www.ipmg-online.com diunduh 19 desember 2014)

Dari uraian di atas, maka peneliti melihat adanya fenomena yang menarik untuk diteliti, yaitu salah satu langkah pemerintah untuk melakukan pembatasan,

menginformasi dan mengedukasi mengenai bahaya merokok melalui peraturan yang mewajibkan produsen rokok untuk mencantumkan ilustrasi dan peringatan bahaya merokok, bisa menjadi sumber informasi yang berpengaruh pada sikap perokok pemula maupun yang baru ingin mencoba merokok, khususnya remaja. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana sikap remaja Surabaya terhadap pesan peringatan bahaya merokok yang ditampilkan dalam iklan produk rokok di media televisi.

Penelitian ini menggunakan teori S-O-R dan didukung oleh Reasoned Action Theory yang dapat menjelaskan bagaimana pesan peringatan kesehatan di media televisi dapat menyebabkan respon kognitif, afektif dan konatif bagi pemirsanya. Pada penelitian ini sampel yang akan diteliti adalah remaja berusia 18-21 tahun. Hal ini selain berdasar pada teori tentang remaja, juga berdasar pada PP no. 109 Th. 2012. Alasan dipilihnya remaja 18-21 tahun : Pertama, sasaran utama dari pesan peringatan kesehatan “Merokok Membunuhmu” adalah remaja. Kedua, karena remaja dalam rentang umur tersebut termasuk remaja masa akhir yang sudah memiliki kematangan kognitif, kematangan emosional dan sosial (Sarwono, 2004 : 14).

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, peneliti dapat merumuskan permasalahan penelitian ini, yaitu : Bagaimana Sikap Remaja di Surabaya terhadap pesan bahaya merokok di media televisi ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti ingin mengetahui :

1. Bagaimanakah sikap remaja Surabaya terhadap isi pesan peringatan kesehatan “Merokok Membunuhmu” yang dipublikasikan melalui iklan rokok di media televisi.
2. Apakah pesan peringatan kesehatan “Merokok Membunuhmu” efektif menekan keinginan remaja untuk merokok

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dapat dijadikan dasar pengembangan penelitian serupa dan sebagai informasi terhadap pihak lain di masa-masa mendatang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini bisa menambah pengetahuan masyarakat pada umumnya dan remaja pada khususnya mengenai dampak rokok bagi kesehatan. Selain itu juga untuk memberikan kontribusi kepada instansi terkait mengenai efek pesan peringatan “Merokok Membunuhmu” terhadap sikap remaja.